



A PERCEÇÃO DE QUALIDADE DOS PARTICIPANTES DA FENAOSTRA 2023 COM O USO DO TOURQUAL

THE QUALITY PERCEPTION OF THE PARTICIPANTS OF FENAOSTRA 2023 USING TOURQUAL

LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE LOS PARTICIPANTES DE FENAOSTRA 2023 CON EL USO DE TOURQUAL

ISSN
2594-8407



Tatiane Alves – IFSC *1

Juliana Dóra Busti Peretti de Oliveira – IFSC *2

Nádia Garlet – UDESC *3

Tiago Savi Mondo – IFSC *4

Submetido em: 29/04/2024

Aprovado em: 06/07/2024

Avaliado em pares

Editor: Izac Bonfim

RESUMO

A concepção dos eventos visa atrair visitantes para o destino turístico, promovendo a divulgação da cidade ao criar uma conexão com a cultura local. Esse enfoque é considerado uma oferta de qualidade e uma experiência enriquecedora para os visitantes no setor de turismo. Durante a 21ª FENAOSTRA, em 2023, foi realizada uma coleta de dados para avaliar os indicadores de qualidade do evento, com o objetivo de aprimorar os serviços oferecidos na festa. A pesquisa, realizada de maneira quantitativa e descritiva no local do evento, ocorreu diariamente ao longo dos seis dias da FENAOSTRA (de 31 de outubro a 5 de novembro de 2023), na praça de alimentação. Foram entrevistados 500 visitantes, que avaliaram os serviços proporcionados durante o evento. O instrumento de coleta de dados adotado foi um questionário elaborado com base no protocolo TOURQUAL. Entre os principais resultados, destaca-se a análise do evento a partir de indicadores como localização e disponibilidade de banheiros, estacionamento e transporte até o evento, conforto, beleza, acústica, temperatura no local, acessibilidade, sinalização, preço dos produtos e a tecnologia disponibilizada durante o evento.

Palavras-Chave: TOURQUAL. FENAOSTRA. Eventos gastronômicos. Qualidade de serviço.

ABSTRACT

The design of the events aims to attract visitors to the tourist destination, promoting the city by creating a connection with the local culture. This approach is considered a quality offer and an enriching experience for visitors in the tourism sector. During the 21st FENAOSTRA in

2023, data was collected to evaluate the event's indicators, with a view to improving the services offered at the festival. The survey, carried out in a quantitative and descriptive manner at the event site, took place daily over the six days of the FENAOSTRA (October 31 - November 5, 2023), in the food court. Data was collected from 500 visitors, who evaluated the services provided during the event. The data collection instrument adopted was a questionnaire based on the TOURQUAL protocol. The main results include an analysis of the event based on indicators such as the location and availability of toilets, parking and transportation to the event, comfort, beauty, acoustics and temperature in the venue, accessibility, signage, product prices, and the technology made available during the event.

Keywords: TOURQUAL. FENAOSTRA. Gastronomic events. Service quality.

RESUMEN

La concepción de los eventos tiene como objetivo atraer visitantes al destino turístico, promoviendo la divulgación de la ciudad al crear una conexión con la cultura local. Este enfoque se considera una oferta de calidad y una experiencia enriquecedora para los visitantes en el sector turístico. Durante la 21ª FENAOSTRA, en 2023, se realizó una recolección de datos para evaluar los indicadores de calidad del evento, con el objetivo de mejorar los servicios ofrecidos en la fiesta. La investigación, de carácter cuantitativo y descriptivo, se llevó a cabo en el lugar del evento todos los días a lo largo de los seis días de la FENAOSTRA (del 31 de octubre al 5 de noviembre de 2023), en la plaza de alimentación. Se entrevistaron a 500 visitantes, quienes evaluaron los servicios proporcionados durante el evento. El instrumento de recolección de datos adoptado fue un cuestionario elaborado con base en el protocolo TOURQUAL. Entre los principales resultados, se destaca el análisis del evento a partir de indicadores como ubicación y disponibilidad de baños, estacionamiento y transporte al evento, comodidad, belleza, acústica, temperatura en el lugar, accesibilidad, señalización, precio de los productos y la tecnología disponible durante el evento.

Palabras clave: TOURQUAL. FENAOSTRA. Eventos gastronómicos. Calidad del servicio.

Como Citar (APA):

Alves, T.; Oliveira, J. D. B. P.; Garlet, N.; Mondo, T. S. (2024). A percepção de qualidade dos participantes da Fenaostra 2023 com o uso do TOURQUAL. *Ateliê do Turismo*. 8 (2). 416 - 435, <https://doi.org/10.55028/at.v8i1.21018>

INTRODUÇÃO

A organização de eventos desempenha um papel crucial no desenvolvimento de uma cidade, trazendo benefícios tanto para os participantes quanto para os residentes locais, além dos turistas. Segundo Matias (2010), a organização de eventos é uma atividade em

crescimento em todo o mundo, tornando-se uma importante fonte econômica e gerando inúmeros benefícios sociais e corporativos.

Em cidades já conhecidas por seu apelo turístico e diversidade cultural, os eventos desempenham um papel ainda mais importante. Segundo Umbelino (2016), os eventos podem ser considerados uma estratégia de marketing com vistas à promoção do território e à competitividade entre cidades. A realização e o bom planejamento de um evento são vitais para atender às demandas do setor turístico, possibilitando a identificação e a satisfação das necessidades do público visitante. Eventos bem planejados aumentam a demanda turística e melhoram a imagem de destinos com potencial para recebê-los. Conforme Neto (2001), a vocação turística é identificada como fator determinante no processo de captura de eventos.

A relação entre eventos e turismo é evidenciada pela organização e programação dos turistas, que muitas vezes planejam suas viagens em torno dos eventos ou estendem sua estadia após eles. Isso está ligado à percepção dos turistas em relação ao evento e à importância de sua marca.

Em cidades com atrativos turísticos já consolidados, a realização de eventos assume um papel ainda mais relevante. Nesse contexto, os eventos apresentam uma natureza multidimensional que não apenas beneficia os turistas, mas também impacta positivamente a comunidade local, gerando empregos e impulsionando a produção de bens e serviços como estratégia para lidar com a sazonalidade. Segundo Neto (2001), os eventos desempenham um papel crucial como motivadores turísticos, atraindo visitantes ao destino, e estão intrinsecamente ligados à imagem distintiva do local, estabelecendo uma relação recíproca.

Para Cascalheira (2016), o evento, como um conjunto de atividades, é um fator motivador de viagem devido à sua influência na comunidade anfitriã, no destino e na oferta de lazer e entretenimento do local.

A importância de um evento em um mundo cada vez mais global e competitivo está no fato de que o sucesso das organizações depende da qualidade da sua gestão. A gestão, enquanto processo de coordenar e organizar as atividades, apresenta um modo sistemático de fazer as coisas e pretende criar um modelo de simplificação dos relacionamentos complexos organizacionais (João, 2019).

O aproveitamento de elementos gastronômicos de diferentes localidades turísticas pode ser feito de forma vantajosa para todas as partes envolvidas: turistas, gestores, planejadores e comunidade. Ao mesmo tempo em que se trabalha a questão de

valorização da cultura, por meio da valorização de culinárias tradicionais e da criação de novos empregos, também se disponibiliza oferta maior e diferenciada de atrativos turísticos para os visitantes (Fagliari, 2005,).

A qualidade de serviços tem como base a excelência e eficiência na entrega de serviços a clientes ou usuários. Para Saleh (2021), a qualidade do serviço é definida pela diferença entre a expectativa do cliente em relação ao prestador de serviços e a sua avaliação dos serviços recebidos. Sendo essencial para estabelecer e manter relacionamentos positivos com os clientes, promover a fidelidade e construir uma reputação sólida para a organização.

A Festa Nacional da Ostra, FENAOSTRA, é realizada em Florianópolis, capital do Estado de Santa Catarina, em 2023 o evento contou com 6 dias de atividades e uma programação completa, com gastronomia, cervejas artesanais, cultura, artesanato e shows.

Pereira (2023), comenta que foi necessário expandir a festa para um local maior, como o CentroSul, porque ela não caberia nos moldes dos anos anteriores. Com duas atrações nacionais de peso, espera-se um grande público apreciando a gastronomia tradicional de Florianópolis.

Avaliando esse contexto, o problema da pesquisa é saber qual a percepção dos participantes da FENAOSTRA 2023 com relação à qualidade de serviços oferecida no evento, para assim entender quais pontos precisam ser melhorados e melhor desenvolvidos, fazendo com que o evento ganhe cada vez mais qualidade e visibilidade, atraindo cada vez mais turistas para a cidade e auxiliando também como referência cultural da região.

O objetivo foi verificar a percepção dos participantes em relação aos indicadores de qualidade utilizando o protocolo TOURQUAL. Identificar os indicadores de qualidade que apresentam as menores avaliações por parte dos participantes. Fazer a identificação de áreas específicas que requerem melhorias futuras edições da FENAOSTRA. Proporcionar uma experiência mais satisfatória aos participantes durante todo evento, fazer que isto seja identificado nos indicadores. Ao abordar o problema de pesquisa dessa maneira, a investigação se concentra em compreender os desafios específicos enfrentados pelos participantes da FENAOSTRA 2023 em relação à qualidade dos serviços oferecidos.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A demanda do setor de evento pós pandemia acabou crescendo bastante, com isso foi fundamental a avaliação do evento para o organizador entender o que estava sendo entregue ao cliente.

No contexto de eventos, a qualidade pode ser avaliada ao longo de sua realização, permitindo a absorção das respostas dos participantes para entender melhor suas necessidades e expectativas. Esse processo se tornou ainda mais relevante com o crescimento da demanda por avaliações em setores que prestam algum tipo de serviço, especialmente após falhas recorrentes na entrega de produtos ou serviços. Essas falhas contribuíram para tornar os consumidores mais críticos, levando-os a considerar não apenas o preço, mas também a qualidade da entrega como um fator decisivo em sua avaliação geral (Mondo, Silva & Vidor, 2018).

Com a tradição de festas no estado de Santa Catarina, acaba tendo bastante procura em datas de eventos que ocorrem anualmente. Para Mondo (2016), o estado de Santa Catarina, Brasil, é muito conhecido por suas festas que ocorrem em outubro. São 13 festas que atraem mais de 2 milhões de turistas de todo o país e do mundo, e que têm a intenção de valorizar a cultura, os costumes e a gastronomia do estado. Entre elas, estão: a Oktoberfest, que ocorre na cidade de Blumenau e valoriza a cultura e a gastronomia alemã; a Fenarreco, da cidade de Brusque, cuja principal atração são os pratos típicos da culinária alemã; e a FENAOSTRA, em Florianópolis, que tem como objetivo valorizar e divulgar a cultura açoriana presente na cidade e servir pratos à base de frutos do mar.

As festas gastronômicas trazem a ideia de pertencimento do local visitado para o turista tudo é experiência de conhecer aquela cultura. Para Sant'Anna e Silva (2018, p. 510):

“Os eventos gastronômicos devem ser utilizados como uma oportunidade de apresentar um local que produza um efeito emocional específico, criar experiências inovadoras e interessantes, capazes de mexer com os sentidos, criar momentos relevantes e despertar o interesse do cliente em retornar em razão disso. Logo, possuir um ambiente capaz de proporcionar essa nova experiência, tanto emocional quanto comportamental, consiste em aumentar as chances de se criar um elo entre o restaurante e o cliente”.

A importância dos eventos gastronômicos tende a trazer transformações para as cidades turísticas. Para Sant'Anna e Silva (2018) os eventos gastronômicos são realizados com

base, em regra, com uso de determinado produto, ingrediente específico, ou tipo de comida

Com o reconhecimento da UNESCO, os atrativos que ganharam o selo de cidade criativa acabam tendo mais visibilidade no destino. Para Silva (2022, p. 5), a importância do selo de cidade criativa destaca,

“Reconhecido pela UNESCO, o Turismo Gastronômico chancela diversas cidades pelo mundo com a rede de Cidades Criativas da Gastronomia, que reconhecem e apoiam a criatividade como estratégia impulsionadora do desenvolvimento sustentável, por meio de parcerias mundiais, no estado de Santa Catarina, a Capital Florianópolis faz jus ao título que lhe foi concedido em 2014”.

Segundo Cunha (2009), a gastronomia enquanto cultura desperta curiosidades nas pessoas e, como o turismo, é mediadora para saciar as inúmeras curiosidades do turista, também, transmite ideia de status e classe social não apenas para o turista como para a população.

Essa escolha de locais emblemáticos acrescenta valor à experiência e reforça a conexão entre a culinária regional e a local. Oliveira (2007, p. 37) entende que não é só o ato de provar, mas sim como isso traz benefícios para o turista em conhecer aquele local ou outras atrações, e destaca:

“Não é somente o ato de provar os pratos que atrai aos visitantes, mas também o fato de poder conhecer ritos e hábitos associados à gastronomia de um povo e a possibilidade de visitar museus e outras atrações com esta temática”.

Festivais e turismo gastronômicos

Os festivais gastronômicos são eventos que celebram a comida, a culinária regional e a cultura alimentar de uma determinada região ou país. Eles costumam ser populares em todo o mundo e podem variar em escala, desde festivais locais modestos até grandes eventos internacionais. A gastronomia enquanto cultura desperta curiosidades nas pessoas e, como o turismo, é mediadora para saciar as inúmeras curiosidades do turista, também, transmite ideia de status e classe social não apenas para o turista como para a população (Cunha; Oliveira, 2009).

Eles têm a capacidade de capturar a essência de um lugar, representando aquilo que é significativo para os habitantes locais, por vezes trazendo memórias afetivas. Segundo Fagliari (2005, p. 10), “o alimento é um dos elementos essenciais da experiência

turística, podendo tanto satisfazer necessidades biológicas quanto ser visto como um atrativo pelo turista”.

Com a realização de festivais os locais desempenham um papel importante na preservação das tradições, crenças e pratos afetivos da região, mantendo viva a história e a cultura. Esses eventos também são vitais para o turismo, sendo uma das principais atrações que impulsionam os visitantes a explorarem um destino específico devido aos eventos que ocorrem na cidade.

Segundo Segala (2003), o turismo gastronômico está relacionado à felicidade de sentir e degustar algo novo em uma viagem, tendo as expectativas atendidas. Algumas regiões possuem roteiros gastronômicos para que os visitantes vivenciem a cultura, a história e as tradições dos pratos típicos da região. Corner e Rodriguez (2006), complementam trazendo que este segmento vem aumentando as possibilidades de trabalho em equipamentos de restauração, e, por conseguinte, avanços na economia local, uma vez que gera empregos diretos e indiretos e renda.

Para Mitchell e Hall (2003), o turismo gastronômico é alvo dos profissionais da área de alimentos e é motivado pela participação em festivais e eventos gastronômicos, vivências e experiências em restaurantes e outros elementos culturais.

Segundo Silva (2022), turismo gastronômico agrega não apenas os costumes alimentares da população local, mas também busca explorar atrativos naturais, roteiros e programações previamente estabelecidos internamente, ampliando ainda mais os horizontes que personalizam a tradição e os costumes de toda área. Com isso, destaca-se: “Através da gastronomia as pessoas despertam o interesse em visitar e conhecer novas culinárias, identificando outras culturas através da gastronomia. Isto motiva uma viagem, visto que a alimentação é uma das necessidades do ser humano” (Schluter, 2003, p.30).

Festa da Ostra em Florianópolis

Com maior concentração da produção de ostras no sul da ilha de Florianópolis, o desenvolvimento da maricultura influenciou diretamente na especialização dos restaurantes presentes no bairro, que tem na ostra a base de seus cardápios (Silveira, 2013, p.15). “O distrito do Ribeirão da Ilha é citado como responsável por 80% da produção de ostras de Florianópolis, sendo esta uma importante atividade econômica da região” (Mondo *et al*, 2014, p. 15). A maricultura impulsiona a criação de novos restaurantes, caracterizando a localidade como um polo gastronômico dentro da cidade de Florianópolis (Associação Floripamanhã, 2013).

O Ribeirão da Ilha é localizado ao sul da Ilha de Santa Catarina. Para Leite (2013) “Considerado um dos povoados mais antigos e típicos da região, o local preserva parte da herança histórico-arquitetônica dos açorianos que viveram em Florianópolis”. Já para Silveira (2013), cita a importância do bairro como um dos primeiros povoados portugueses da cidade, onde devido à sua história, costumes e arquitetura, o bairro adquiriu um patrimônio cultural reconhecido, tornando-se alvo de políticas governamentais e interesses privados que visam divulgar a localidade e seu potencial turístico, especialmente na área da gastronomia.

No dia 20 de junho (2022), as cidades da região da Grande Florianópolis receberam oficialmente o reconhecimento da área geográfica para o cultivo das Ostras de Floripa. Esse documento representa um passo significativo para a solicitação do selo de Indicação Geográfica (IG) para esse molusco na região.

Para Pires (2022), o registro do selo terá um impacto positivo na economia e na cultura gastronômica da Capital, que já é reconhecida popularmente pela qualidade do produto. Esse reconhecimento oficial, semelhante ao selo de IG das Ostras de Floripa, como o vinho Champagne que só pode ser produzido na região correspondente e atrai um considerável fluxo de turistas, ajudará a gerar importantes divisas para a região.

A FENAOSTRA está em sua 21ª edição. Segundo Pereira (2023), após um período de pausa devido à pandemia de COVID-19, a Festa Nacional da Ostra retorna em sua 21ª edição, prometendo uma experiência incrível para os visitantes. Realizada entre os dias 31 de outubro e 5 de novembro no Centro Sul de Florianópolis, o evento reunirá a cultura local, a culinária à base de ostras e o setor de maricultura em um só lugar. A edição deste ano contará com a participação de oito restaurantes e 70 feirantes, que oferecerão as tradicionais ostras da Capital catarinense à comunidade.

Cronograma do evento FENAOSTRA 2024

- Terça-feira (31) abertura da FENAOSTRA ficou por conta do Baile do Meira, com entrada franca. A abertura foi às 11h com encerramento às 23h.
- Quarta-feira(1) Péricles foi a primeira atração nacional. A entrada geral (antecipada) estava R\$30, e a meia R\$15. A dos portão foi 11h e o encerramento às 2h. As atrações iniciou às 19h, com voz e violão, seguido do Grupo APG, DJ Anão e Péricles finalizando o dia.
- Quinta-feira (2) o terceiro dia de evento ficou por conta da banda manezinha Dazaranha. A entrada geral (antecipada) estava R\$20 e a meia

R\$10. A abertura foi às 11h e o encerramento à meia-noite. As atrações começaram 12h com Tiago Prestes, Mágico, Patrulha Canina, DJ Coy, Felipe e Kaynan e Dazaranha depois DJ Coy voltou a se apresentar, encerrando o dia.

- Sexta-feira (3) Acústico Vegas foi a atração principal no quarto dia de evento. A entrada geral (antecipada) estava R\$20 e a meia R\$10. A abertura foi às 11h, e o encerramento às 23h. As atrações começaram às 12h, com Maurício Cavalheiro, DJ Cozzatti, Melizza, Acústico Vegas voltou a se apresentar e DJ Cozzatti voltou a tocar finalizando o dia.
- Sábado (4) O Quinteto S.A tocou no penúltimo dia de FENAOSTRA. A entrada geral (antecipada) estava R\$20 e a meia R\$10. A abertura foi às 11h, e o encerramento às 23h. As atrações começaram às 12h, com Cazé, Mágico, Swing Maneiro, DJ Sarkis, Tijuquera e O Quinteto S.A encerrou o dia.
- Domingo (5) da 21ª FENAOSTRA foi comandado por Fernando e Sorocaba. A entrada geral (antecipada) estava R\$20 e a meia R\$10. A abertura foi às 11h, e o encerramento às 23h. As atrações iniciou às 12h, Maurício Cavalheiro, Em Cima da Hora, DJ Léo Leite, Jonatas Junior e Fernando e Sorocaba se apresentaram, fechando o evento da FENAOSTRA 2023.

Qualidade de Serviços em eventos

A qualidade dos serviços em eventos é extremamente importante nos dias de hoje. Os clientes tendem a aderir mais serviços de qualidade criando até mesmo um vínculo com o próprio fornecedor. Sant’anna e Silva (2008, p. 25) relatam que, “para a organização de um evento, é necessário a presença de diversos profissionais dos mais diferentes ramos e habilidades, sendo importante que todos trabalhem de forma conjunta e em sintonia”.

Assim, eventos são classificados como valiosas estratégias de comunicação, que envolvem relacionamento, comunicação, retenção e adaptação de categorias propostas por meio da análise do público e sua recepção ou não da culinária, produto ou técnicas apresentadas naquela oportunidade. Configurando em método eficaz de aproximação e manutenção do cliente, podendo dar ensejo ao estabelecimento de uma relação duradoura com o restaurante (Grönroos, 1995; Gummesson, 2005; Lovelock, Wright, 2003; Mello, 2008). Para Campos (2020), os eventos apresentam características que estão simultaneamente associadas a projetos e a serviços.

Para Carrasco *et al* (2017), é importante destacar que a qualidade do serviço é vista como um fator crucial para o sucesso a médio e longo prazo da companhia, principalmente porque é um dos aspectos mais difíceis de ser imitado pelos concorrentes e geralmente constitui a base de uma vantagem competitiva sustentável.

Em suma, Tomazzoni e Crosdales (2013), afirmam que o êxito de um evento tem relação com vários fatores, dentre eles o planejamento e a gestão por partes dos organizadores, buscando resultados compatíveis com a expectativa do seu público-alvo e a posterior satisfação dos mesmos. Portanto, sugere-se que a percepção da qualidade de serviços é um antecedente da satisfação.

Para os autores, os eventos proporcionam oportunidades de inovação, se baseando em alcançar diferentes segmentos desse setor e atender diferentes públicos. Proporcionar uma experiência satisfatória se torna essencial para o sucesso do evento, o que só é possível através da gestão e qualidade oferecida (Tomazzoni e Crosdales, 2013).

Segundo Lima e Moreira (2019), os clientes esperam que suas expectativas sejam superadas ao receber determinados serviços, para que possam, ao final, classificá-los como satisfatórios ou não satisfatórios. Para Tomazzoni e Crosdales (2013), com a constante evolução do cenário da sociedade, os eventos proporcionam oportunidades de inovação, se baseando em alcançar diferentes segmentos desse setor e atender diferentes públicos. Proporcionar uma experiência satisfatória se torna essencial para o sucesso do evento, o que só é possível através da gestão e qualidade oferecida.

Rossato complementa: “Trabalhar a gestão de eventos torna-se algo inovador, e de cunho empreendedor, de forma que se percebe hoje em dia um nicho de mercado neste segmento” (Rossato *et al*, 2021, pág 4.).

Proporcionar uma experiência satisfatória se torna essencial para o sucesso do evento, o que só é possível através da gestão e qualidade oferecida. Segundo Prabhu, a classificação do serviço de qualidade é proporcionada pela lacuna entre a lacuna do esperado e serviço percebido (Prabhu *et al*, 2020).” Sant’anna e Silva (2022, p. 508) apontam o que é importante para um evento:

“Para o efetivo acontecimento de um evento, é preciso um planejamento prévio, detalhado e bem elaborado, com base nas características do produto ou marca a ser divulgado, nos objetivos a serem alcançados e no público alvo a ser atingido ao final. Somado a isso, deve-se formar uma equipe de profissionais, tanto responsáveis pelo planejamento quanto pela execução, que

sejam devidamente qualificados e aptos a trabalhar em equipe, para que sejam possíveis a realização, sucesso e os bons resultados do evento”.

Portanto, um planejamento estratégico alinhado à execução qualificada é essencial para atingir os objetivos propostos e maximizar os resultados, assegurando a eficiência do evento e o alcance do público-alvo de forma eficaz.

TOURQUAL em eventos

O TOURQUAL foi originalmente desenvolvido por Mondo (2014), concebido para avaliar a qualidade de serviços em atrativos turísticos, que foi ajustado e modificado para possibilitar sua aplicação em eventos. A aplicação do TOURQUAL é um protocolo é um conjunto de indicadores e objetiva diagnosticar a qualidade de serviço turísticos, seja em um destino, eventos ou equipamentos.

Com o avanço de analisar eventos com os serviços que são prestados, o protocolo TOURQUAL passou por algumas alterações em 2019. Sua aplicação trouxe uma análise muito importante em eventos que já foi aplicado, e houve um grande crescimento na demanda de avaliação de setores que fazem algum tipo de prestação de serviço na área, pois a falha das entregas dos produtos acabaram tornando consumidores mais críticos, não só avaliando o preço, mas avaliando também a entrega da qualidade (Mondo, 2016).

Para Mondo e Fiates (2017), o protocolo TOURQUAL resulta de uma extensa revisão bibliográfica e validação empírica, conforme publicado em vários estudos no Brasil e no exterior. Sua aplicação no setor de eventos tem uma grande importância, onde é analisada a necessidade de melhorias e pontuado os serviços que foram prestados naquele evento desde estrutura até a comida que foi consumida.

Segundo Mondo (2014), a partir da elaboração do modelo proposto, deu-se início ao teste empírico com 476 turistas que avaliaram os atrativos turísticos de Florianópolis e indicaram a importância do indicador para a qualidade e a sua real avaliação. Portanto, o autor, propôs um modelo específico para avaliar a qualidade de serviços em atrativos turísticos, validando o modelo em pesquisa empírica e disponibilizando à academia e ao mercado uma nova alternativa de mensurar a qualidade do setor turístico. É importante notar que as especificidades da aplicação do TOURQUAL em eventos podem variar com base no tipo de evento, público-alvo, escopo e outros fatores. Adaptações e personalizações são essenciais para garantir a relevância e eficácia do protocolo em contextos específicos de eventos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Delimitação da Pesquisa

A pesquisa tem como foco a avaliação dos indicadores de qualidade em eventos, utilizando como ferramenta o protocolo TOURQUAL, durante a FENAOSTRA 2023 em Florianópolis. A delimitação se dá pela análise de diversos aspectos relacionados à experiência dos participantes durante todo evento.

População e Amostra

A população-alvo da pesquisa é constituída pelos participantes da FENAOSTRA 2023. A amostra é composta por 500 participantes, distribuídos ao longo dos 5 dias do evento, sendo aproximadamente 100 questionários aplicados diariamente durante a festa na praça de alimentação. Essa distribuição proporciona uma representação abrangente da diversidade de experiências ao longo do evento.

Instrumento de Coleta de Dados

O instrumento utilizado para a coleta de dados é um questionário estruturado, pelo protocolo TOURQUAL composto por 14 perguntas relacionadas aos indicadores de qualidade definidos: como transporte, filas para acesso, facilidade de compra de ingresso, acessibilidade, localização e disponibilidade de banheiros, conforto temperatura e acústica do local, percepção de segurança da cidade, percepção de segurança do evento, infraestrutura, sinalização, limpeza nas instalações, variedade na oferta de atividades culturais e alimentares, tecnologia e atendimento dos funcionários. No questionário 11 perguntas foram formuladas para obtermos dados dos participantes, sendo 8 perguntas relacionadas ao perfil dos visitantes de dados pessoais e 3 sobre o evento da FENAOSTRA.

Procedimento de Coleta de Dados

Os 500 questionários foram aplicados entre os participantes da FENAOSTRA 2023 ao longo dos 5 dias do evento. Cada dia, aproximadamente 100 questionários foram aplicados de forma aleatória, buscando abranger diferentes perfis de participantes. A coleta de dados foi realizada de maneira presencial que inclui questionários impressos.

Análise de Dados

A análise de dados foi realizada por meio da compilação das respostas dos participantes em relação a cada indicador de qualidade. Foi realizada uma análise dos dados obtidos para cada indicador, apresentando a média das avaliações e destacando aqueles que obtiveram as menores pontuações. Também foi realizado um comparativo dos indicadores em comum do protocolo TOURQUAL que foi entre a FENAOSTRA 2016 com a de 2023 , proporcionando um estudo sobre as áreas que necessitam de melhorias futuras para o evento.

RESULTADOS

Perfil dos visitantes

A pesquisa consiste em 8 perguntas referentes ao perfil do visitante. A primeira pergunta foi sobre qual cidade o visitante mora atualmente. Verificou-se que 99,9% dos respondentes são brasileiros. Os visitantes vieram de cinco regiões do Brasil, sendo dois estrangeiros, com destaque para a Região Sul, que teve 92,2% dos visitantes. A Região Sudeste teve 8,2% dos visitantes, a Região Nordeste 6%, e as Regiões Centro-Oeste e Norte tiveram, respectivamente, 1% e nenhum visitante. Da Região Sul, 86,4% dos 99,9% são do estado de Santa Catarina, 2,8% são dos estados do Rio Grande do Sul e 4% do Paraná. Dentre os visitantes da Região Sul, 86,4% são da Grande Florianópolis. Esses dados indicam que a 21ª FENAOSTRA possui boa parte de seus visitantes da região, sendo de grande importância para o estado e com perspectivas de receber turistas.

A porcentagem de respondentes do sexo feminino foi de 59,8%, do sexo masculino 39,8% e não binário 4%. A quarta pergunta refere-se ao estado civil do visitante, revelando que 46,37% dos visitantes são casados, 42,94% solteiros, 6,4% divorciados e 4,2% viúvos. A idade média geral foi de 44,75 anos, com intervalo de confiança (95%) de 18 a 96 anos e desvio padrão de 14,41 anos.

Com relação à faixa de renda, foi possível notar a diversidade entre os visitantes da FENAOSTRA 2023. A porcentagem de 36,90% recebe entre R\$ 2.001,00 a R\$ 4.000,00 por mês, seguidos por 28,3% na faixa de renda de R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00; 14,6% ganham entre R\$ 6.001,00 e R\$ 10.000,00; 10,2% recebem entre R\$ 1.000,00 e R\$

2.000,00; 8,8% possuem renda acima de R\$ 10.000,00; e, por fim, 1,00% recebem até R\$ 1.000,00 por mês.

Em relação à escolaridade, 40,4% dos visitantes cursam ou já tinham completado o nível superior; 22,9% tinham concluído o ensino médio; 14,0% o ensino técnico; 13,0% especialização; 4,8% mestrado; 2,4% doutorado; e 2,2% ensino fundamental incompleto ou completo. Com relação à hospedagem dos participantes, 86,7% são moradores de Florianópolis, 6,6% ficaram em hotel, 5,4% em casa de amigos e parentes, 0,8% em Airbnb, e 0,2% em apartamento ou casa/outros.

Durante o questionário, houve uma pergunta referente à participação em outras edições da FENAOSTRA, com 58,2% dos visitantes afirmando que não conheciam a FENAOSTRA antes e 41,7% que já tinham participado da festa mais de uma vez. Em relação ao local de preferência do evento, 75,3% apontaram o Centro Sul como preferido para futuros eventos da FENAOSTRA, enquanto o Mercado Público obteve 24,6%, devido a limitações de público, proteção contra chuva e capacidade para shows.

Avaliação dos Indicadores

Neste tópico, foram diagnosticados os principais resultados da aplicação do protocolo TOURQUAL com os visitantes da 21ª FENAOSTRA, que ocorreu de 31/10 a 06 de novembro de 2023. O primeiro indicador que obteve a maior nota foi a avaliação dos funcionários (hospitalidade, cortesia, atenção e conhecimento), com nota 9,43. O segundo indicador foi o de segurança, abordando tanto a percepção de segurança do evento teve nota 9,15, quanto a percepção de segurança de Florianópolis a nota foi de 8,64, e de Florianópolis em geral a nota foi de 8,99.

O terceiro indicador foi a avaliação da limpeza das instalações do evento, com nota 8,82. O quarto indicador avaliou a facilidade de compra de ingressos, com nota 8,64. O quinto indicador avaliou as filas para entrada no evento, lanchonetes e restaurantes, com nota 8,51. O sexto indicador avaliou a variedade na oferta de atividades (cultura, música, alimentação, compras), com nota 8,03. O sétimo indicador avaliou a localização, disponibilidade e limpeza dos banheiros, com nota 7,99. O oitavo indicador avaliou o transporte até os locais do evento, estacionamentos e localização do evento, com nota 7,92. O nono indicador avaliou o conforto, beleza, acústica e temperatura dos locais do evento, com nota 7,85.

O décimo indicador avaliou a acessibilidade para pessoas com deficiência nos locais do evento, com nota 7,53. O décimo primeiro indicador avaliou a sinalização interna no

evento, com nota 7,14. O décimo segundo indicador avaliou o preço dos ingressos e dos produtos do evento, com nota 6,50.

O último indicador avaliou a tecnologia 4G e Wi-Fi e informações nos locais do evento, com a menor nota de 5,46, sendo um ponto a ser avaliado. A tabela apresenta uma compilação dos resultados, com notas que sofreram alteração do primeiro dia do evento ao último dia, evidenciando que o evento não manteve o mesmo padrão desde o atendimento dos funcionários até a tecnologia em geral. A compilação dos resultados é composta da maior para a menor nota do evento, utilizando uma escala de 0 a 10 (sendo 0 pior e 10 melhor), apresentada na Tabela 1.

Tabela 1*Indicadores por dia da FENAOSTRA 2023*

INDICADORES	Terça- feira 31/10	Quarta- feira 01/11	Quinta- feira 02/11	Sexta- feira 03/11	Sábado 04/11	Domingo 05/11	Média	Desvio Padrão
Avaliação do Transporte até os locais do evento, estacionamentos, localização do evento	9,31	7,52	7,76	7,57	7,96	7,95	7,92	2,326
Avaliação das filas para entrada no evento, lanchonetes e restaurantes	9,78	7,82	7,82	8,74	8,62	8,69	8,51	2,047
Avaliação da facilidade de compra dos ingressos	9,8	7,96	8,64	8,52	9,12	8,47	8,68	2,028
Avaliação da Acessibilidade para pessoas com deficiência nos locais do evento	9,89	7,42	7,24	7,13	7,13	7,34	7,53	2,497
Avaliação da localização, disponibilidade e limpeza dos banheiros	8,78	7,86	7,93	7,54	8,38	7,84	7,99	2,122
Avaliação do Conforto, beleza, acústica e temperatura nos locais do evento	8,67	7,75	7,86	7,42	8,29	7,52	7,85	2,094
Percepção de segurança na cidade	8,81	8,51	8,78	8,41	8,28	9,07	8,64	1,739
Percepção de Segurança nos locais do evento	9,57	8,9	8,9	9,17	9,04	9,43	9,15	1,59
Avaliação do Preço dos ingressos e dos produtos do evento	6,96	6,41	6,3	6,09	6,87	6,58	6,5	2,581
Avaliação da Infraestrutura do evento	8,98	7,71	7,73	7,78	8,88	8,03	8,12	2,105
Avaliação da sinalização interna no evento	8,24	7,25	6,51	6,07	7,62	7,66	7,14	2,419
Avaliação da limpeza das instalações do evento	9,5	9,18	8,49	8,5	9	8,62	8,82	1,635
Avaliação da Variedade na oferta de atividades, além dos jogos, nos locais do evento (cultura, música, alimentação, compras).	8,74	7,81	7,75	7,84	8,52	7,87	8,03	1,957
Avaliação da Tecnologia 4G e Wifi e informações nos locais do evento	8,07	5,28	4,73	4,74	5,98	5,13	5,46	3,501
Avaliação dos funcionários (hospitalidade, cortesia, atenção e conhecimento).	9,35	9,44	9,26	9,46	9,49	9,54	9,43	1,284
Nota para a cidade de Florianópolis	9,19	9,18	9,15	8,8	9,07	8,68	8,99	1,511

Fonte: Dados da pesquisa (2023). Elaboração própria (2024).

A 21ª FENAOSTRA mostrou-se um evento bem avaliado em diversos aspectos, com destaque para a hospitalidade e segurança. Contudo, a avaliação da tecnologia 4G e Wi-Fi foi a que obteve a menor nota, indicando uma área crítica para melhorias. As demais áreas, como filas, variedade de atividades, banheiros e acessibilidade, apresentaram avaliações positivas, mas ainda podem ser aprimoradas para garantir uma experiência mais satisfatória aos visitantes.

A comparação entre os indicadores avaliados em 2016 por Mondo e em 2023 mostra um progresso significativo em várias áreas, especialmente na hospitalidade, segurança, limpeza e facilidade de compra de ingressos. No entanto, a tecnologia 4G e Wi-Fi continua a ser uma área crítica, mesmo com uma leve melhoria.

Esses resultados indicam que os organizadores da FENAOSTRA têm feito avanços consideráveis em melhorar a experiência dos visitantes, mas ainda há espaço para aperfeiçoamento, especialmente em tecnologia e infraestrutura. A análise contínua e o feedback dos participantes são essenciais para o aprimoramento contínuo do evento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta pesquisa, buscamos alcançar o objetivo principal de avaliar a percepção dos participantes da FENAOSTRA 2023 em relação aos indicadores de qualidade, utilizando o protocolo TOURQUAL. Identificamos os indicadores com as menores avaliações, permitindo a identificação de áreas específicas que requerem melhorias. Com base nessas análises, foram feitas sugestões gerenciais visando proporcionar uma experiência mais satisfatória aos participantes durante todo o evento. Realizou-se uma comparação com os indicadores utilizados em 2016, evidenciando que alguns indicadores ainda necessitam de maior atenção, uma vez que não apresentaram melhorias significativas.

O estudo atingiu seu objetivo de oferecer informações valiosas sobre a percepção dos participantes em relação à qualidade dos serviços prestados durante a FENAOSTRA 2023. Foram identificadas áreas críticas que demandam atenção e melhorias, contribuindo para uma compreensão mais profunda dos gestores sobre os desafios específicos enfrentados pelos participantes durante o evento.

A realização da FENAOSTRA no Centro Sul teve repercussão positiva, porém, o investimento em infraestrutura poderia ser aprimorado. Priorizar algumas áreas identificadas como pontos-chave, como transporte, acessibilidade e filas para acesso, é essencial para melhorar a experiência dos participantes. Estabelecer mecanismos eficazes de coleta de feedback, como questionários fixos durante o evento, é fundamental para capturar continuamente a satisfação dos participantes e identificar as áreas que requerem atenção.

Promover mais a cultura da ostra durante o evento, incorporando uma maior diversidade cultural à festa como parte de uma melhoria contínua, é crucial. As sugestões dos participantes devem ser consideradas e implementadas para elevar a qualidade do evento. Utilizar os resultados da pesquisa como base para uma gestão estratégica é essencial, observando que alguns pontos necessitam de melhorias e alinhando as ações da FENAOSTRA com as expectativas e necessidades dos participantes.

Para a continuidade deste trabalho, sugere-se a realização de pesquisas futuras que explorem o impacto das melhorias implementadas nas áreas identificadas, monitorando a satisfação dos participantes e dando ênfase aos pontos que precisam ser ajustados conforme citado anteriormente. Ampliar a análise para incluir novos indicadores ou aspectos específicos que possam surgir como relevantes para a qualidade dos serviços em eventos é uma necessidade.

É importante reconhecer as limitações deste estudo, como a possibilidade de variação nas respostas dos participantes dependendo do momento da coleta de dados. Além disso, é fundamental destacar a necessidade de melhor sinalização no local do evento, incluindo acessibilidade para pessoas com deficiência, a fim de atender a um público diversificado e reforçar a ideia de que o evento é inclusivo, atendendo à comunidade e preservando a tradição.

O estudo proporcionou uma base para a compreensão dos desafios enfrentados pelos participantes da FENAOSTRA 2023 em relação à qualidade dos serviços prestados. As sugestões gerenciais e as indicações para futuras pesquisas visam contribuir para a constante evolução e aprimoramento da experiência oferecida durante o evento.

REFERÊNCIAS

- Anna, A. L., & da Silva, D. B. (2018). Eventos gastronômicos: A nova estratégia de marketing e divulgação utilizada pelos restaurantes. *Mult. Psic.*, 12(42), 501–514.
- Barros Filho, M. A., et al. (2019). Qualidade de serviços e satisfação de espectadores de eventos esportivos: Uma revisão sistemática. *Movimento (ESEFID/UFRGS)*, 24(4), 1381.
- Berselli, C., Zucco, F. D., & Añaña, E. S. (2021). FENADOCE: Uma experiência gastronômica ou um símbolo de pertencimento para os residentes? *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 39, 15–36.
- Campos, A. G. de M. (2020). Modelo de gestão de projetos de eventos: Uma abordagem ambientalmente sustentável para a entrega de um serviço de qualidade. [Doctoral dissertation, Universidade do Minho (Portugal)]. ProQuest Dissertations Publishing.
- Carrasco, R. A., et al. (2017). Evaluation of the hotels e-services quality under the user's experience. *Soft Computing*, 21(4), 995–1011.

- Corrêa, A. J., & Müller, S. G. (2016). A influência da ostra na origem, formação e manutenção da via gastronômica do Ribeirão da Ilha – Rota das Ostras – Florianópolis-SC. *Ágora*, 18(1), 119.
- Coutinho, H. P. M., & Coutinho, H. R. M. (Eds.). (2007). Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística.
- Cunha, S., Barroco, C., & Antunes, J. (Eds.). (2019). O turismo gastronômico como fator diferenciador dos destinos: o caso de Portugal. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*.
- Duarte, N. (2023). Programação da FENAOSTRA 2023 é divulgada e promete semana de entretenimento gratuito. <https://noticiaslitoral.com.br/florianopolis/programacao-da-FENAOSTRA-2023-e-divulgada-e-promete-semana-de-entretenimento-gratuito/>
- FENAOSTRA, Festa Nacional da Ostra e da Cultura Açoriana. (2018, 10 agosto). Portal Brasil. <https://portalbrasil.com.br/FENAOSTRA/>
- Florianópolis recebe reconhecimento da área geográfica Ostras de Floripa. (2023, 19 dezembro). <https://www.pmf.sc.gov.br/noticias/index.php?pagina=notpagina¬i=24740>
- João, M. F. (2019). A gestão dos eventos culturais e a importância socioeconômica do lazer. *Gestão e Programação de Eventos Culturais Convento São Francisco: Coimbra*.
- Lima, L. A., & Moreira, R. N. (2019). Qualidade dos serviços na obtenção da satisfação do restaurante Lima do Camarão, na percepção dos clientes. *Revista de Administração da Uni7*, 3(1), 175–199.
- Lima, L., et al. (2019). *Revista de Administração da Uni7*. *Revista de Administração da Uni7*, 1, 175–199.
- Maciel, A. P. A. (2015). Gestão da qualidade dos serviços em eventos: Uma análise comparativa do festival folclórico de Parintins/AM e do desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro/RJ através da técnica momento da verdade.
- Medeiros, M., & Santos, E. M. (2009). Festivais gastronômicos em Belo Horizonte-MG: considerações sobre os reflexos gerados nos empreendimentos envolvidos. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 3(2), 81-93.
- Mondo, T. S. (2014). TOURQUAL: Proposta de um modelo de avaliação da qualidade de serviços em atrativos turísticos. [Master's thesis, Universidade Federal Faculdade de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil].
- Mondo, T. S. (2019). *TOURQUAL: Gestão da qualidade em destinos e equipamentos turísticos*. Paco editorial. Disponível em: <https://www.pacolivros.com.br/TOURQUAL-gestao-da-qualidade-em-destinos-e-equipamentos-turisticos>
- Mondo, T. S., et al. (2023). TOURQUAL-BAR: Validação de escala de mensuração da qualidade de serviços em bares turísticos. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 17, 2657.

- Mondo, T. S., Silva, F. V. C. D. A., & Vidor, A. L. B. (2018). Qualidade de serviços em eventos: aplicação do TOURQUAL na 16a FENAOSTRA - Florianópolis - Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*, 18(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Prabhu, M., Nambirajan, T., & Abdullah, N. N. (2020). Operating competitive priorities of manufacturing firms: An analytical study. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(1), 35–55.
- Regis, J., Ferreira, L. V. F., & de Barbosa, J. W. (2022). Eventos de cultura pop e sua relevância para o turismo: Um estudo sobre a Comic Con Experience Tour Nordeste. *Revista Turismo: Estudos & Práticas (RTEP)*, 11.
- Saleh, P. F., et al. (2021). Factors affecting the success of female entrepreneurs in Kurdistan. *International Journal of Engineering Business and Management*, 5(2), 44–64.
- Santos, B. G., Mathias, J. S., & de Oliveira Rocha, C. F. (2020). A influência da identidade visual em grandes eventos: um estudo de caso sobre o Lollapalooza. *Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia*, 4(2), 147-168.
- Silva, P. P. (2022). Fortalecimento da festa da cebola através da incorporação de diferentes produções gastronômicas. Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnologia em Gastronomia. Instituto Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Tomazzoni, E. L., & Crosdales, L. D. C. C. (2013). Ciclo virtuoso de satisfacción de los turistas del evento Natal Luz y desarrollo turístico y socioeconómico de la ciudad de Gramado. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22, 630–660.
- Zottis, A. M. (2004). A influência do setor de eventos na imagem turística de destinos. *Anais do II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*, Caxias do Sul.

INFORMAÇÃO (ÕES) DO (S) AUTOR (ES)

- *1 Tecnóloga em Gestão do Turismo pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). E-mail: tathy492@gmail.com
- *2 Tecnóloga em Gestão do Turismo pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). E-mail: julianabperetti@gmail.com
- *3 Mestre em administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). E-mail: ngarlet@yahoo.com.br
- *4 Doutorado em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Pós-Doutor em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professor do Curso Tecnólogo em Turismo do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: tiago.mondo@ifsc.edu.br

REVISTA CIENTÍFICA ATELIÊ DO TURISMO – VINCULADA A



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MATO GROSSO DO SUL**